

دین‌پژوهی رسانه‌ای

حسام‌الدین آشنا
استادیار دانشگاه امام صادق (ع)



— بازاندیشی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ
— استوارت ام. هوور و نات لاندبای
— مسعود آریایی نیا
— انتشارات سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و
سنجش برنامه‌های صداوسیما
— ۱۳۸۲، ۳۹۰ صفحه، ۲۰۰۰ نسخه، ۲۵۰۰ تومان

پژوهشهای مکتب اپسالا – از جمله این کتاب – برقرار کردن پیوندی منسجم میان نظریه‌های دین، رسانه و فرهنگ برای شناخت پدیده نوظهور «رسانه‌ای شدن دین» است. نویسندگان کتاب بر این اعتقادند که رسانه‌ها باید دین و فرهنگ را شبکه‌ای به هم پیوسته در درون جامعه قلمداد کنند و یادآور می‌شوند که در تحقیقات فرهنگی هیچ گاه رابطه دین و فرهنگ و رابطه دین و رسانه به طور جدی بررسی نشده است؛ حتی حوزه جامعه‌شناسی که به مطالعه دین اقبال بیشتری نشان داده، از نقش رسانه‌ها غفلت کرده و یا برای چنین رابطه‌ای اهمیت زیادی قائل نشده است. جامعه‌شناسان دین از منظر نوسازی جامعه به موضوع دین پرداخته‌اند و از توجه به نقش منحصر به فرد رسانه‌ها در مدرنیته و پسامدرنیته چشم پوشیده‌اند و به این ترتیب در باب تحول فرهنگ و دین از طریق رسانه‌ها نظریه عمومی ارائه نداده‌اند (صص ۲۰–۱۷).

کتاب شامل ۱۹ مقاله است؛ برخی مقالات نخستین بار در سال ۱۹۹۳ در همایش «رسانه، دین و فرهنگ» در دانشگاه اپسالا ی سوئد با حضور محققان مختلفی از کشورهای اروپایی، آمریکای شمالی و آفریقا - ارائه و مقالات دیگر نیز در همایشهای بعدی در کره و استرالیا در سالهای ۱۹۹۴ و ۱۹۹۶ عرضه شده است.

استوارت ام. هوور (Steward M. Hoover) دانش آموخته رشته اخلاق در دوره کارشناسی ارشد و رشته ارتباطات جمعی و دوره دکتری از دانشگاه پنسیلوانیا است. او هم اکنون به عنوان متخصص مطالعه رسانه و مطالعات دین و مطالعات امریکایی در دانشگاه کلرادو مشغول فعالیت است. هوور تحقیقات عمیقی دربارهٔ رسانه، مذهب و فرهنگ داشته است. او همچنین ریاست کمیسیون مطالعات بین‌المللی رسانه، دین و فرهنگ را بر عهده دارد. هوور دبیر اولین کنفرانس بین‌المللی رسانه، دین و فرهنگ در سال ۱۹۹۶ در شهر بلدر بود. نات لاندبای (Knut Lundby) متخصص رشته ارتباطات و رسانه در دانشگاه اسلو است و به حوزه مطالعاتی دین و فرهنگ علاقمند است. این کتاب توسط انتشارات سیج (sage) به چاپ رسیده است. سیج در سال ۱۹۶۵ تأسیس شد و اکنون به عنوان یکی از ناشران اصلی کتاب و نشریات تخصصی در زمینه ارتباطات مطرح است. این ناشر ارتباط نزدیکی با متخصصان دارد و برجسته‌ترین آثار را در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی تولید می‌کند و در دسترس مخاطبین قرار می‌دهد.

کتاب بازاندیشی دربارهٔ رسانه، دین و فرهنگ یکی از آثار مهم و تأثیرگذار مکتب دانشگاه اپسالا ی سوئد در حوزهٔ دین‌پژوهی معاصر است. هدف

این اثر تعامل میان فرهنگ و رسانه- ای شدن دین را بر اساس چهارچوب تحلیلی حاوی سه سطح کلان (جامعه به عنوان یک کل)، میانه (تحلیل نهادهای اجتماعی و عملکرد آنها) و خرد (تحلیل درک افراد و انتقال معانی) مورد بررسی قرار می‌دهد. بخش نخست کتاب شامل چهار مقاله است که به موضوعات هنجاری - بنیادی می‌پردازد. هوور و لاندبای در اولین مقاله با اشاره به ضعفهای سه سنت مکتب بیرمنگام در مطالعات فرهنگی، دین‌پژوهی و رسانه پژوهی ضرورت اتخاذ رویکردی میان رشته‌ای در مطالعات دین، فرهنگ و رسانه را یادآور شده‌اند. کلارک و هوور در مقاله دوم به مرور پژوهشهای شاخص در زمینه بررسی ارتباط میان دین، فرهنگ و رسانه می‌پردازند؛ این پژوهشها را می‌توان در شش حوزه تلویزیون دینی، اخبار دینی، آثار متقابل فرهنگ دینی و فرهنگ عامه، ظهور اشکال جدید معنویت‌گرایی، نقشهای درمانی دین رسانه‌ای و در نهایت روابط احساسات و عواطف دینی با برنامه‌های رسانه‌ای طبقه‌بندی کرد.

رابرت ای وایت در مقاله سوم با عنوان «نقش دین و رسانه در ساخت فرهنگ» مجموعه‌ای از پرسشهای جدید برای تحقیق در حوزه مشترک رسانه و دین را طرح می‌کند و با ارائه نظریه‌های کثرت‌گرایی فرهنگی و پدیدارشناسی دینی به خصوص در عرصه آیینی به پاسخ این پرسش می‌پردازد که چگونه امر مقدس که ملازم وحدت، غایت و تعالی است، در حوزه عمومی که بسیار کثرت‌گرا، غیردینی، سلطه‌طلب و عمل‌گرا است، امکان بروز می‌یابد. در این دیدگاه تعارض دورکیمی میان امر مقدس و امر عرفی کنار نهاده می‌شود تا نقش دین به ایجاد همبستگی اجتماعی یا تسریع در روند نو سازی فروکاسته نشود. از طرف دیگر و جوه مشترک رسانه‌ها و دین در ساختن واقعیت و بازتاب اجتماعی با دقت نمایانده می‌شود.

کیلفورد کریستیانز در آخرین مقاله این بخش با عنوان «فناوری و نظریه سه وجهی رسانه» دو دیدگاه خنثی‌انگاری و جهت‌مند انگاری فناوری رسانه‌ای را در نسبت با رسانش دینی به بحث می‌گذارد. در دیدگاه ارسطویی که فناوری فاقد معنای ذاتی تلقی می‌شود، دین می‌تواند به خوبی وظیفه معنابخشی و هدایت فناوری را برعهده بگیرد (ص ۹۲) در مقابل، دیدگاه هایدگری با طرح ابعاد هستی‌شناختی فناوری مدعی است که ایجاد روابط اجتماعی در جهان پدیدارشناسانه انسانی بدون نماد پردازی ممکن نیست؛ ما ابتدا دنیای ذهنی خویش را از طریق نمادسازی به وجود می‌آوریم و سپس در دنیای مصنوع خود به برقراری ارتباط با دیگران می‌پردازیم به این ترتیب ما با سه عنصر اصلی

هدف پژوهشهای مکتب اپسالا

– از جمله این کتاب –

برقرار کردن پیوندی منسجم میان

نظریه‌های دین، رسانه و فرهنگ

برای شناخت پدیده نوظهور

«رسانه‌ای شدن دین» است.

نویسندگان کتاب بر این اعتقادند که

رسانه‌ها باید دین و فرهنگ را شبکه‌ای

به هم پیوسته در درون جامعه

قلمداد کنند و یادآور می‌شوند که

در تحقیقات فرهنگی هیچ‌گاه

رابطه دین و فرهنگ و رابطه

دین و رسانه به طور جدی

بررسی نشده است

فناوری ارتباطی، جهان ذهنی و جهان عینی مواجه هستیم. اما مسئله اینجاست که هایدگر توانایی جهان‌بینیها در معنا دادن به جهان فناورانه کنونی را نفی می‌کند چرا که معتقد است مشکل نه در خود فناوری بلکه فهم و تلقی مبتنی بر فناوری از هستی است. (ص ۱۰۳)

دومین بخش کتاب به بررسیهای تجربی و پدیدارشناختی در مورد جامعه معاصر اختصاص دارد. مورداد در مقاله نخست به تأثیرات متقابل دین و مدرنیته می‌پردازد. او از یک سو راززدایی از عالم و کاهش نقش دین را به عنوان یکی از نتایج مدرن شدن و از سوی دیگر واکنشهای دینداران در برابر مدرنیته را که در قالب جنبشهای بنیادگرا بروز یافته، مورد تأمل قرار می‌دهد. این جنبشها از انواع رسانه‌ها با مهارت تمام بهره‌برداری کرده‌اند و حتی در کشورهایی چون انگلستان و آمریکا روابط سه جانبه‌ای میان دین، دولت و رسانه‌ها برقرار کرده‌اند (ص ۱۳۱). باربرو در مقاله دوم به افسون زدایی از اسطوره مدرنیته می‌پردازد او معتقد است علیرغم آنکه مدرنیته در خصوص آزادیهای اجتماعی، سیاسی و

فرهنگی به وعده‌های خود وفا نکرد ولی عهد خود را در افسون زدایی از جهان، تام و کمال ادا کرد. این تعارض، رشد جنبشهای ضد مدرنیته با رنگ مذهبی را در آمریکای لاتین و خاورمیانه به دنبال داشته است؛ در کنار این تعارض، آن بخش از مناسک که توانسته‌اند به رسانه‌های گروهی راه یابند از این طریق به زندگی مردم معنا می‌بخشند. بنا بر نظر باربرو دین و رسانه قرابت زیادی با یکدیگر دارند و دین از طریق رسانه قادر به جذب و هضم مدرنیته و تبدیل آن به عنصر و عاملی پراهمیت در خدمت مقاصد و اهداف خویش است (ص ۱۴۸). گوئالس در مقاله سوم ابعاد آیینی فرهنگ عمومی را مورد توجه قرار داده است. بنا به ارزیابی او فعالیتهای آیینی چون ورزش و هنر در فرهنگ معاصر دارای مؤلفه‌های شبه مذهبی‌اند و شرکت در این آیینها موجب کشف انواع مختلفی از سطوح معنا می‌شود. باره‌ایم در مقاله چهارم به مسئله بحران مناسک در جامعه شبکه‌ای از دیدگاه روابط فرد و گروه پرداخته است. او بیشتر به جانشینان جدید مناسک مذهبی از جمله جشنها و آیینهای ملی و دولتی، جشنواره‌های قومی و محلی و جشنواره‌های تجاری - هنری توجه می‌کند و آنها را فاقد کارکردهای بنیادین مناسک از جمله پیوند زدن میان آرمانهای جمعی و آرزوهای فردی می‌داند (ص ۱۷۸). لاندبای در مقاله پنجم از شبکه تجلیات جمعی سخن می‌گوید؛ او با تحلیل دقیق طرح مراسم افتتاحیه المپیک نورژ و مقایسه میان مراسم واقعی افتتاحیه بازیهای المپیک و پخش تلویزیونی این مراسم، تلویزیون را در این رویداد رسانه‌ای آیینی، واجد نقشی مقدس و کارگردانی آن را

نمودی از مصنوع بودن واقعیت و واقعی بودن ساختارها تلقی می‌کند.

بخش سوم معطوف به شیوه‌های مختلف شکل‌گیری دیدگاه‌های دینی معاصر در عصر رسانه‌ها است. هورسفیلد در مقاله‌ای با عنوان تحول دین در عصر همگرایی رسانه‌ای این پرسش را مطرح کرده که آیا شکل‌گیری شبکه جدید ارتباطات الکترونیکی در جهت فروپاشی ساختارهای اجتماعی و غیراخلاقی شدن جامعه و نسبی‌گرایی عمل کرده است و یا در جهت اصلاح ساختارهای اخلاقی؛ او پس از بررسی‌های مفصل نتیجه گرفته است که مذهب در شرایط جدید مجبور است چهارچوب‌های اخلاقی خود را در چهارچوب گسترده‌تر اخلاق اجتماعی تعریف و تعیین کند تا اعضای جامعه مذهبی دچار تعارض میان اخلاق فردی و اجتماعی نشوند. آرتور در مقاله دوم به معرفی شیوه‌های تأثیرگذاری رسانه‌ها بر معنای دین پرداخته و یادآوری می‌کند دین پژوهان باید در تحقیقات ارتباطی خود رویکردی چند رسانه‌ای اتخاذ کنند و برای درکی واقعی‌تر از ادیان شرقی، به ویژه بررسی فرهنگ شفاهی و رسانه‌ای ما قبل کتابت را

مورد توجه قرار دهند. الکساندر در مقاله سوم با تمرکز بر تلویزیون‌های دینی فعال در آمریکا به کارکرد جریان‌گرایی تلویزیون دینی می‌پردازد. او بینندگان برنامه‌های مذهبی را سنت‌گرایانی به حاشیه رانده شده می‌داند که همزمان برای کسب قدرت و نفوذ اجتماعی و کسب وجهه و جذب در متن جامعه سکولار و تکثرگرا مبارزه می‌کنند (ص ۲۴۴). توانایی تلویزیون دینی برای گسترش و تعمیق آیینها و مناسک موجب پیشبرد ایده و آرمان جماعت‌گرایی در مقابل جامعه‌گرایی در میان بینندگان می‌شود. تلویزیون دینی برای این افراد امکانی را فراهم آورده است تا درون خانه نیز احساس حضور در برنامه‌های مذهبی را تجربه کنند و جهان ذهنی و عینی خود را مطابق راهنمایی‌های کشیشان تلویزیونی بازسازی کنند. توماسلی و شیرسون در مقاله چهارم با عنوان مقاومت از طریق فرهنگ شفاهی رسانه‌ای، تلویزیون دینی را از جنبه‌های فلسفی، فرهنگی، ارتباطی و سازمانی مورد مطالعه قرار می‌دهند و با طرح نظریه انسان عاقل ارتباط‌گر برگرفته از مسووبات شورای دوم واتیکان - شیوه‌های تعامل کلیسا با رسانه‌های جدید را با توجه به دواصل: دینی و دموکراتیک ماندن ارتباط رسانه‌ای، برشمردند.

بخش چهارم با رویکردی بیشتر روان‌شناسانه به اعمال فردی دینی می‌پردازد. در نخستین مقاله این بخش، جانیس پک پیوند میان دین و روانشناسی و روابط آن با رسانه‌های جمعی را مورد توجه قرار می‌دهد. او با تحلیل سخنان روان‌درمانگری معنوی به نام ماریان ویلیامسون در برنامه مذهبی اپرا وین

جامعه‌شناسان دین از منظر نوسازی جامعه به موضوع دین پرداخته‌اند و از توجه به نقش منحصر به فرد رسانه‌ها در مدرنیته و پسامدرنیته چشم پوشیده‌اند و به این ترتیب در باب تحول فرهنگ و دین از طریق رسانه‌ها نظریه عمومی ارائه نداده‌اند

اگرچه دستاوردهای نظری مکتب اپسالا بسیار مغتنم است اما مورد پژوهیهای آنان تماماً درباره مسیحیت در غرب و انتشار آن در دیگر نقاط جهان است

فری، به ریشه‌های هستی‌شناسانه و تاریخی دلالت از منظر ژان پل سارتر می‌پردازد و نشان می‌دهد این برنامه تا چه حد تحت تأثیر دیدگاه‌های سارتر قرار دارد. با دارا کو در مقاله یک آرمان‌گرا در مین استریت، روایت‌های فمینیستی از انجیل را را مورد بحث قرار می‌دهد. به ادعای این مقاله، زنان در پی یافتن قاعده و مبنایی برای هویت زنانه خود از طریق زبان انجیل به جست‌وجو برآمده‌اند. این تلاش در تقابل با کلیشه‌های فرهنگی رایج است و نظام‌های سیاسی و فرهنگ‌های دینی پدرسالارانه در برابر آن مقاومت نشان می‌دهند. مقالات دیگر این بخش نیز در جهت شناخت بهتر دین در عرصه رسانه‌هاست و تلفیقی از ادبیات دین‌پژوهی، آیین‌پژوهی و تحقیقات رسانه‌ای را شامل می‌شود.

از ویژگی‌های این کتاب بدیع بودن مفاهیم، تنوع رویکردها و دیدگاهها و به ویژه طرح مباحث نظری در حوزه‌های فلسفی، نشانه‌شناختی، زبان‌شناختی و معناشناسانه برای ارائه دیدگاهی نظری است که سه مقوله دین، فرهنگ و رسانه را پوشش می‌دهد. این اثر بین رشته‌ای، فرهنگ را صرفاً بستر داد و ستد رسانه‌ها و ادیان نمی‌بیند و در عمل نظریه‌های کلاسیک جامعه‌

شناسی درباره فرهنگ و دین و جامعه را با نظریه‌های معاصر تلفیق می‌کند و به همین سبب می‌تواند تا حد زیادی اصحاب ارتباطات را از برج عاج پایین بکشد تا به فرهنگ و دین هم بیندیشند.

اگرچه دستاوردهای نظری مکتب اپسالا بسیار مغتنم است اما مورد پژوهیهای آنان تماماً درباره مسیحیت در غرب و انتشار آن در دیگر نقاط جهان است. برای ما ایرانیان مسلمان پژوهش‌های بومی و نظریه‌پردازی معطوف به واقعیتهای اجتماعی خود ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. مطالعات این چنینی در ایران بسیار جوان است و گذار از رویکرد صرفاً تبلیغی به دین به مطالعات میان رشته‌ای و چندرشته‌ای فرهنگ، ارتباطات و دین بیش از یک دهه عمر ندارد. دغدغه‌های واقعی و علایق نظری به مطالعه توأمان و روشمند دین، فرهنگ و ارتباطات در ایران منجر به طراحی و راه‌اندازی اولین دوره دکتری فرهنگ و ارتباطات از سال ۱۳۷۴ در دانشگاه امام صادق (ع) شد. سفارش ترجمه این کتاب و دو کتاب دیگر از مکتب اپسالا، تدوین چهار رساله دکتری در حوزه بین رشته‌ای دین، فرهنگ و ارتباطات، اختصاص دو شماره فصلنامه پژوهشی این دانشگاه (شماره‌های ۴ و ۲۱) به موضوع دین و ارتباطات، مشارکت فعال در همایش‌های بین‌المللی دین و ارتباطات، هدایت پایان‌نامه‌های رشته ارتباطات در دانشکده صدا و سیما به سوی دین‌پژوهی رسانه‌ای و ارائه چندین مقاله ملی و بین‌المللی در این زمینه نویدبخش پیدایش مکتب ارتباطی و فرهنگی دانشگاه امام صادق (ع) است.